



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Polityka informacyjna miasta Katowice w obszarze polityki (pro)rodzinnej na przykładzie programu pt. "Nas Troje i więcej"

**Author:** Bożena Zasępa

**Citation style:** Zasępa Bożena. (2017). Polityka informacyjna miasta Katowice w obszarze polityki (pro)rodzinnej na przykładzie programu pt. "Nas Troje i więcej". "Political Preferences" (2017, nr 15, s. 105-134), doi 10.6084/m9.figshare.5263339



Uznanie autorstwa - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie pod warunkiem oznaczenia autorstwa.



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

**Polityka informacyjna miasta Katowice w  
obszarze polityki (pro)rodzinnej na przykładzie  
programu pn. „Nas Troje i więcej”**

Political Preferences  
2017, vol. 15: 105-134.  
DOI: 10.6084/m9.figshare.5263339  
journals.us.edu.pl/index.php/PP  
Submitted: 14/03/2017  
Accepted: 27/05/2017

**Bożena Zasepa**

Uniwersytet Śląski w Katowicach



**Abstract:**

**The information policy of the City Katowice in the area pro-family policy on the example of the program „Nas Troje i więcej” (“The Three of Us and More”)**

The presented article concerns the information policy conducted by the local authorities of the City of Katowice during the implementation and execution of the program for families called „Nas Troje i więcej” (“The Three of Us and More”). The program has been approached in terms of case study in the field of internal communication in the commune understood as a process of exchanging information and dialog of the commune entities (stakeholders). The study covered the years 2011–2016, and their objective was to analyse selected tools of social communication in terms of function of medium, its content, type of communication (one or two-sided) and the capacity of communication channels. The study took into account both obligatory and optional instruments.

**Key words:**

social communication, information policy, local family policy

***Wprowadzenie***

Działania z zakresu polityki rodzinnej są w ostatnich latach jednymi z najbardziej publicznie rozpoznawanych, o ile odpowiedzialność za ich kształt – w tym merytoryczny, finansowy i organizacyjny – spoczywa na administracji rządowej szczebla krajowego. Działalność administracji samorządowej jest mniej zauważalna, chociaż polityka prorodzinna została zaliczona przez ustawodawcę do grupy zadań realizowanych przez jednostki samorządu

terytorialnego na każdym szczeblu. Obszar potencjalnej działalności jednostek samorządu terytorialnego w tym zakresie sprowadza się do: realizacji zadań własnych enumeratywnie wymienionych przez ustawodawcę w ustawach szczegółowych z obszaru polityki rodzinnej, wykonywania zadań wynikających z stosowania zasady decentralizacji zadań publicznych (np. prowadzenie rejestru żłobków i klubów dziecięcych), kreowania i prowadzenia lokalnej/regionalnej polityki rodzinnej w oparciu o delegację ustawową lub inicjatywę własną („własne zadania własne”), realizacji zadań zleconych a także zadań z zakresu administracji rządowej.

Przedmiotem opracowania jest analiza polityki informacyjnej prowadzonej przez władze miasta Katowice przy wdrażaniu i realizacji programu na rzecz rodzin wielodzietnych, zastępczych oraz korzystających ze wsparcia Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej w Katowicach (MOPS) pn. „Nas troje i więcej” (dalej program). Jest to przykład inicjatywy uchwałodawczej mieszkańców, która stała się jednym z elementów lokalnej polityki społecznej. Program ten jest ciekawym studium przypadku w zakresie komunikacji wewnętrznej w gminie, rozumianej jako proces wymiany informacji i dialog podmiotów gminnych (interesariuszy), przy czym szczególną rolę odgrywają w niej władze lokalne.

Program został wprowadzony w styczniu 2011 roku, ale początkowo jego realizacja napotykała wiele przeszkód. Inicjatorzy pomysłu jego wprowadzenia na wzór innych gmin w Polsce – Stowarzyszenie Bona Fides – zainicjowali badanie, mające na celu ocenę stanu wdrożenia inicjatywy w ciągu pierwszych trzech miesięcy jej funkcjonowania. Sformułowane wówczas postulaty, stały się bezpośrednim powodem podjęcia tematu badawczego prezentowanego w artykule, zwłaszcza że w dużej mierze dotyczyły polityki informacyjnej i promocji programu. Ponadto od wielu lat autorka zajmuje się kwestiami polityki rodzinnej, ludnościowej i zabezpieczenia społecznego, a omawiana inicjatywa wiąże się z tymi obszarami.

Celem głównym badań było uzyskanie odpowiedzi na pytanie, w jakim zakresie władze miasta uwzględniły zaproponowane wówczas rekomendacje i jak prowadzona była polityka informacyjna i promocja programu do 2016 roku? Czy pojawiły się nowe instrumenty, za pomocą których władze docierały do potencjalnych beneficjentów i partnerów programu, a jeżeli tak, to na ile były i są to działania mogące mieć realny wpływ na promocję i wiedzę o nim wśród mieszkańców? Jak przebiegał proces komunikacji władz miasta z interesariuszami przy realizacji programu? Czy komunikacja ta miała charakter jednostronny, czy też samorząd był zarówno

nadawcą, jak i adresatem komunikatów? Czy komunikaty miały na celu dostarczenie wiedzy i informacji, czy pełniły też inne funkcje?

Poniżej, w części teoretycznej tekstu, zostaną zaprezentowane w zarysie podstawowe pojęcia wiążące się z podjętą tematyką. Następnie przedstawione zostaną podstawy prawne realizacji przez samorząd zadań publicznych w obszarze polityki (pro)rodzinnej oraz prowadzenia polityki informacyjnej. Rozważania te posłużą do zaprezentowania wybranych instrumentów komunikowania społecznego (ich rodzaju i treści), wykorzystywanych przez władze przy realizacji programu w latach 2011–2016.

### ***Komunikowanie w samorządzie lokalnym***

Komunikowanie społeczne można uznać za jeden z najważniejszych procesów społecznych. Spośród wielu definicji komunikacji społecznej na użytek opracowania przyjęto tę, zaproponowaną przez Bogusławę Dobek-Ostrowską, która terminem tym określa proces „wytwarzania, przekształcania i przekazywania informacji pomiędzy jednostkami, grupami i organizacjami społecznymi”. Celem tak rozumianej komunikacji jest stałe i dynamiczne kształtowanie, modyfikowanie bądź zmiana wiedzy, postaw i zachowań w kierunku zgodnym z wartościami i interesami oddziałujących na siebie podmiotów. Komunikowanie jest w tym ujęciu: procesem społecznym, relacją wzajemną, działaniem celowym i świadomym. To ciągle i przemienne oddziaływanie, mające charakter nieuchronny i nieodwracalny; to proces bazujący na indywidualnej interpretacji przekazu, przebiegający w określonym kontekście, kreatywny i złożony, czyli wielofazowy i wieloelementowy (Dobek-Ostrowska 2002: 13–14). Tak rozumiana komunikacja spełnia funkcję społeczną – umożliwia tworzenie więzi społecznych, koordynuje aktywność członków grupy, socjalizuje; regulacyjną – wywiera wpływ na zachowania, poprzez upowszechnianie i egzekwowanie określonych norm, wartości i wzorców zachowań oraz psychologiczną – wpływa na samodoskonalenie człowieka, umożliwiając mu zdobycie, przetworzenie i przekazywanie informacji, co sprzyja lepszemu zrozumieniu samego siebie, innych ludzi i otaczającego świata (Nęcki 1996: 59–60).

Komunikowanie społeczne ze swej natury jest interpersonalne. Na jego określenie używa się także nazwy „niezapośredniczone”, mając na uwadze brak dodatkowych, innych niż wrodzone czy nabyte zdolności narzędzi, wykorzystywanych w procesie komunikowania. Drugim typem jest komunikowanie masowe, inaczej medialne, zapośredniczone, przy czym – na

co wskazują Jerzy Mikułowski Pomorski (1988: 79–86) i Stanisław Michalczyk (2000: 34) – nie ma powodu rozpatrywania komunikowania interpersonalnego w opozycji do masowego, bowiem komunikacja społeczna opiera się na obu tych typach.

Proces komunikowania jest istotnym warunkiem efektywnego funkcjonowania każdej organizacji, a także sprawnego nią zarządzania. Komunikowanie w organizacjach publicznych, zwłaszcza w administracji, wykazuje jednak istotną specyfikę, bowiem akty komunikowania odbywają się w przestrzeni publicznej, a zatem mamy do czynienia z komunikowaniem publicznym, którego istotą według Bogusławy Dobek-Ostrowskiej i Roberta Wiszniowskiego jest „legitymizacja i realizacja ogólnego interesu społecznego” (2002: 18). System ten, będący częścią komunikowania społecznego, funkcjonuje w sferze publicznej regulowanej przez przepisy prawa. Dobek-Ostrowska definiuje go jako: „komunikowanie formalne zachodzące w określonej przestrzeni komunikacyjnej (informacyjnej), mające na celu przekazywanie i wymianę informacji o publicznym zastosowaniu oraz podtrzymywanie więzi społecznych przez odpowiedzialne za ten proces instytucje publiczne” (2006: 122). W zakres tak określonej komunikacji wchodzi: komunikacja z otoczeniem, wewnętrzny przepływ informacji, sposoby jej gromadzenia, przetwarzania i archiwizowania oraz udostępniania (Ociepka 1999: 147). Jak pisze Krystyna Serafin: „cechą komunikowania w administracji publicznej powinna być symetria, co oznacza, że w tym przypadku rola nadawcy i odbiorcy nie jest sztywno przypisana do jednej ze stron aktu komunikacyjnego” (2013: 137). System komunikowania publicznego obejmuje swoim zasięgiem także komunikowanie polityczne (Trzeciński, Wiciak 2011: 15).

Pojęciem spotykanym w literaturze przedmiotu jest także pojęcie komunikacji lokalnej. Jest to według Heinza Pürera „miejscowo (przestrzennie) ograniczona, niezapośredniczona (*face to face*) lub medialna (zapośredniczona) wymiana wiedzy (informacji) pomiędzy mieszkańcami danej wspólnoty lokalnej (gminy, dzielnicy miasta, powiatu albo subregionu) w celu realizacji bieżącego porozumienia” (1981: 16. Za: Michalczyk 2000: 39; Kowalczyk 2015: 30; Gierula 2006: 147). Wymiana ta jest podstawą uczestnictwa w życiu zbiorowym, dotyczy różnych sfer – politycznej, gospodarczej, kulturalnej itp., a także obejmuje większą liczbę interakcji komunikacyjnych niż tylko między określonym nadawcą i odbiorcą, które to relacje zachodzą w różnych sferach życia wspólnot lokalnych: prywatnej, sąsiedzkiej, zawodowej, życia organizacyjnego, stowarzyszeniowego, ale przede wszystkim w sferze publicznej” (Jonscher 1995: 15–16. Za: Michalczyk 2000: 39). Do charakterystycznych cech komunikowania

lokalnego S. Michalczyk zalicza: znaczny udział czynnika interpersonalnego, konkretność przekazu (znaczny udział treści bezpośrednio użytecznych), weryfikowalność treści komunikacyjnych, powszechność partycypacji oraz ograniczenie przestrzenno-terytorialne, przy czym wskazuje, że komunikacja lokalna „nie uznaje wszelkiego typu sztucznie wyznaczonych granic administracyjnych. Granice te mogą mieć jedynie charakter pomocniczo-orientujący” (2000: 42–43). Ponadto komunikowanie to koncentruje uwagę głównie na osobach, grupach, organizacjach, instytucjach i zdarzeniach lokalnych (Kowalczyk 2015: 37).

### ***Polityka rodzinna jako zadanie samorządu terytorialnego***

Na wstępie należy zaznaczyć, iż pojęcie polityki prorodzinnej nie jest kategorią przyjętą w nauce o polityce społecznej za podstawową, czy też jedną z podstawowych – do takich należy pojęcie polityki rodzinnej. Katarzyna Głąbicka uważa, że ma ono charakter potoczny, wartościujący, a za jego pomocą ocenia się najczęściej politykę państwa wobec rodziny. Niemniej jednak według autorki politykę rodzinną można nazwać prorodziną, jeżeli realizuje jasno wytyczone cele, które państwo przyjęło w zakresie tworzenia warunków dla rozwoju rodziny i zaspokajania jej potrzeb bytowych i kulturalnych (Głąbicka 2004: 93). Z kolei Jerzy Kroszel (1997: 123–124) wyraża pogląd, że w ramach polityki prorodzinnej podejmowane są działania prowadzące do tego, by państwo stwarzało preferencje dla rodzin, które przynajmniej częściowo rekompensują ich wysiłek, związany z kosztami posiadania dzieci. Bożena Balcerzak-Paradowska (2004: 140–141) traktuje politykę prorodziną w kategoriach polityki pośredniej (*implicite*), która w przeciwieństwie do polityki bezpośredniej (*explicite*), obejmuje normy i działania, które nie są bezpośrednio ukierunkowane na rodziny, realizują inne cele, są podejmowane w ramach różnych polityk szczegółowych, ale na rodzinę oddziałują (Kamerman 2010: 2). W zasadzie można przyjąć, że w zadaniach samorządu chodzi po prostu o politykę rodzinną, którą traktować możemy jako część polityki społecznej, a którą Adam Kurzynowski określa jako „całokształt norm prawnych, działań i środków uruchamianych przez państwo w celu stworzenia rodzinie odpowiednich warunków do jej powstania, prawidłowego rozwoju i spełniania przez nią wszystkich ważnych społecznie funkcji” (1991: 8–9).

Podstawą prawną realizacji przez samorząd zadań publicznych jest art. 166 Konstytucji RP, który w ustępie 1 stanowi, iż „zadania publiczne służące zaspokajaniu potrzeb wspólnoty samorządowej są wykonywane przez jednostkę samorządu terytorialnego jako zadania własne”

---

(Dz.U. 1997, Nr 78). Przede wszystkim wynika z niego, że przedmiotem tych zadań jest zaspokajanie potrzeb wspólnoty, a zatem przepis ten dopuszcza także zaspokajanie indywidualnych potrzeb członka wspólnoty, które mają charakter publiczny (Moll 2016: 214–215). Zadania te zostały zaliczone przez ustawodawcę do grupy zadań własnych. Małgorzata Stahl uważa, że „zadania własne samorząd realizuje w zastępstwie państwa, we własnym imieniu – są to zadania przekazane mu ze względu na ich lokalność i związek z zaspokajaniem potrzeb wspólnoty” (1992: 56). Z kolei Ewa Olejniczak-Szałowska wskazuje, iż „zadania wykonywane przez administrację rządową i przez samorząd terytorialny tworzą jednorodną kategorię zadań z zakresu administracji publicznej. Gmina (inne jednostki samorządu terytorialnego) nie ma żadnych własnych zadań wywodzących się z praw naturalnych i obecnie już nie przeciwstawia się zadań gminy (samorządu) zadaniom państwa. Aby stwierdzić, czy jakieś zadanie należy do zakresu własnego, czy zleconego, trzeba każdorazowo analizować konkretny przypadek na gruncie prawa materialnego” (2000: 13). Autorka uważa jednak, że koncepcja wyodrębnienia zadań własnych samorządu odgrywa istotną rolę, przejawiającą się „w ich nienaruszalności bez wskazywania, że utraciły charakter zadań własnych”. W nauce prawa pojawiają się także próby wskazania cech pozwalających na przyporządkowanie poszczególnych zadań do kategorii własnych lub zleconych, znana jest także ogólna dyrektywa Trybunału Konstytucyjnego, która wskazuje, iż zadania własne samorządu powinny mieć charakter publiczny, wiązać się z zaspokojeniem potrzeb mieszkańców jednostki samorządu terytorialnego i być możliwe do realizacji w obrębie właściwości miejscowej jednostki (Dolnicki 2016: 27–29).

Uzupełnieniem zapisów konstytucyjnych w tym zakresie jest: art. 7 ust. 1 ustawy o samorządzie gminnym stanowiący, iż zaspokajanie zbiorowych potrzeb wspólnoty należy do zadań własnych gminy. W szczególności zadania te obejmują „sprawy: [...] polityki prorodzinnej, w tym zapewnienia kobietom w ciąży opieki socjalnej, medycznej i prawnej” (pkt 16); art. 4 ust. 1 ustawy o samorządzie powiatowym, w którym ustawodawca zawarł zapis, że „powiat wykonuje określone ustawami zadania publiczne o charakterze ponadgminnym w zakresie: [...] polityki prorodzinnej” (pkt 4) oraz art. 14 ust. 1 ustawy o samorządzie województwa, wskazujący na realizację przykładowych zadań samorządu województwa o charakterze wojewódzkim określonych ustawami, w tym w zakresie polityki prorodzinnej (pkt 5).



Z uwagi na fakt, iż tematyka opracowania dotyczy miasta Katowice, czyli jednostki mającej status miasta na prawach powiatu, punktem odniesienia będzie poziom lokalny realizacji zadań z obszaru polityki prorodzinnej, definiowany przez pryzmat zapisów powyższych ustaw, które wskazują, że mieszkańcy gminy tworzą z mocy prawa wspólnotę samorządową, natomiast mieszkańcy powiatu tworzą z mocy prawa lokalną wspólnotę samorządową. Inna redakcja normy zawartej w powyższych zapisach nie oznacza, iż wspólnota gminna nie ma charakteru wspólnoty lokalnej. Obie tworzą wspólnoty o charakterze lokalnym, przy czym gminna ma charakter podstawowy (Niewiadomski 2011: 10). W taki sam sposób rozumiana będzie lokalność w przypadku pojęcia „komunikowanie publiczne na poziomie lokalnym”.

### ***Program „Nas Troje i więcej” – ogólna charakterystyka rozwiązań***

Idea programu oferującego zniżki dla rodzin z dziećmi, w tym wielodzietnych, wywodzi się z Francji. W 1921 roku wprowadzono kartę dla rodzin wielodzietnych, która uprawniała do zniżek na przejazdy kolejowe. W 2006 roku rozpoczęto rozszerzanie oferty, poprzez włączenie do programu firm prywatnych, a w roku 2008 ograniczono funkcjonowanie karty do rodzin wielodzietnych, ubogich i osób samotnie wychowujących dziecko. W Polsce pierwszą kartę wprowadził Wrocław w 2005 roku, w ramach realizacji lokalnej strategii polityki społecznej. Do 2011 roku inicjatywa kart/programów miała charakter jednostkowy. Od 2014 roku programy samorządowe zostały uzupełnione rozwiązaniem ogólnokrajowym – ogólnopolską Kartą Dużej Rodziny (Zasępa 2014: 386–389).

Generalnie celem tych programów jest wspieranie rodziny, najczęściej wielodzietnej, zwiększanie szans rozwojowych i życiowych dzieci i młodzieży wychowujących się w takich rodzinach, promowanie modelu rodziny wielodzietnej i jej pozytywnego wizerunku. Sytuacja dochodowa rodzin nie jest kryterium uprawniającym do skorzystania z tego rozwiązania, ponieważ nie jest ono typowym instrumentem polityki socjalnej. To raczej forma docenienia rodzin wychowujących liczne potomstwo i zespół działań, mających na celu ich pozafinansowe wsparcie (MPiPS 2013: 7).

Program „Nas troje i więcej” wprowadzono na terenie miasta Katowice uchwałą Rady Miasta Katowice z dnia 27 września 2010 roku (Uchwała nr LXV/1306/10). Był on efektem inicjatywy uchwałodawczej mieszkańców. W 2010 roku Stowarzyszenie Bona Fides zebrało ponad 2 tys. podpisów pod projektem stosownej uchwały. Jego realizacja rozpoczęła się

---



3 stycznia 2011 roku. W uchwale program prezentowano jako element lokalnej polityki społecznej. Promocja programu miała polegać na zamieszczaniu ogłoszeń w prasie lokalnej oraz na stworzeniu strony internetowej promującej jego założenia oraz informującej o wykazie ulg adresowanych do beneficjentów. W regulaminie karty programu, której posiadanie potwierdzało i nadal potwierdza prawo do ulg, zapowiedziano stworzenie stanowiska dla osoby odpowiadającej za program. Potwierdzeniem udziału partnerów w programie była i nadal jest naklejka o honorowaniu karty, umieszczana w witrynach punktów.

W związku z licznymi skargami mieszkańców kierowanymi do stowarzyszenia jako inicjatora projektu, zdecydowano się przeprowadzić na przełomie marca i kwietnia 2011 roku monitoring programu, którego efektem był raport, zawierający wiele krytycznych uwag na temat jego funkcjonowania. Autorzy poddali ocenie m.in. politykę informacyjną i promocję programu. Wskazano na brak informacji o partnerach programu na stronie internetowej miasta w zakładce programu, brak promocji programu i informacji o nim w oficjalnym serwisie miasta, brak informacji o programie na stronach wszystkich miejskich instytucji kultury i sportu biorących w nim udział na zasadzie partnerstwa. Poinformowanie pracowników urzędu o prowadzonym monitoringu zintensyfikowało działania władz. Z raportu wynika, że informacje dotyczące programu skierowano do prasy lokalnej – „Dziennik Zachodni” i samorządowej – „Nasze Katowice” (w przypadku gazety miejskiej informacja ta pojawiła się w wydaniu majowym na stronie 8), zamieszczono artykuły w oficjalnym serwisie miasta w zakładce „Aktualności” oraz wpis na profilu Urzędu Miasta na Facebooku. Stowarzyszenie nie uzyskało odpowiedzi na pytanie, czy miasto posiada strategię promocji programu. Także użytkownicy programu wskazywali na niedostatek informacji. Sugerowali, by były one przekazywane rodzicom i uczniom w szkołach przez nauczycieli, a także klientom w terenowych punktach MOPS przez pracowników socjalnych. Wspomnieć należy, że jedną z form informowania i promocji programu były także materiały drukowane (plakaty, naklejki) umieszczane w Urzędzie Miasta, w miejskich instytucjach kultury i sportu (partnerzy programu) i punktach terenowych MOPS (Coful, Wójkowski 2011: 7–9).

Zastrzeżenia sformułowano także w obszarze komunikacji Urzędu z potencjalnymi partnerami programu. Jedną z zachęt o jakiej pisano na stronach programu, miała być akcja promocyjna, emitowanie spotów reklamowych na telebimie przed katowickim Spodkiem oraz zamieszczanie reklam w lokalnej prasie. Wskazywano, iż będzie to okazją do zareklamowania

się oraz być może wpłynie to na wzrost usług partnerów dzięki rodzinom korzystającym z programu. Działania te nie były jednak przez Urząd prowadzone. Problemem był także brak wzoru porozumienia z partnerami przez dwa pierwsze miesiące działania programu. Na brak informacji o aktualnej ofercie wskazywali także beneficjenci. Nie wszystkie osoby otrzymywały informację za pomocą smsa lub poczty elektronicznej, chociaż takie kanały komunikacji zostały uczestnikom zaoferowane (Coful, Wójkowski 2011: 12–15).

W raporcie sformułowano siedem rekomendacji, które zdaniem członków stowarzyszenia powinny przyczynić się do poprawy funkcjonowania programu, również w wymiarze informacyjnym i promocyjnym. Te rekomendacje to: stworzenie oddzielnego stanowiska dla koordynatora programu, poszerzenie oferty zniżkowej, przygotowanie strategii promocji programu i profesjonalnej oferty dla partnerów, bezzwłoczność przekazywania informacji do beneficjentów o nowych podmiotach oferujących zniżki, bieżące aktualizowanie i poszerzenie strony internetowej programu, intensyfikacja akcji informacyjnej oraz wyodrębnienie kolumny w gazecie miejskiej w celu prezentacji informacji o programie (Coful, Wójkowski 2011: 19–20).

Biorąc pod uwagę aspekt prawny należy wskazać, iż do roku 2016 program ulegał modyfikacjom, które co do zasady były korzystne dla klientów. Nowy kształt merytoryczny, niewielką zmianę nazwy i nowe logo nadano programowi uchwałą Rady Miasta Katowice z dnia 26 czerwca 2013 roku (Dz.Urz. Woj. Śląskiego, 2013, poz. 4881)<sup>1</sup>. W porównaniu z poprzednimi zapisami uchwały i regulaminu, w przypadku programu „Nas Troje i więcej” określono jedynie kwestie zasad promocji programu (ogłoszenia w prasie lokalnej) i informowania o nim – stworzenie strony internetowej promującej założenia uchwały i informującej o wykazie ulg dla korzystających z karty. W regulaminie potwierdzono formę oznakowania punktów biorących udział w programie i wprowadzono zapis o możliwości składania wniosku o wydanie lub aktualizację karty drogą elektroniczną za pomocą platformy SEKAP, ePUAP. Po raz drugi nową treść programu przyjęto uchwałą Rady Miasta Katowice z dnia 29 kwietnia 2015 roku (Dz. Urz. Woj. Śląskiego, 2015, poz. 2753)<sup>2</sup>, przy czym nie zawiera ona zmian w zakresie zasad promocji i informowania o programie w stosunku do poprzednich rozwiązań. Obie uchwały wprowadzające program, a także zmiany w nich, zostały

---

<sup>1</sup>Uchwała została zmieniona w 2014 roku.

<sup>2</sup> Kolejne zmiany uchwały nastąpiły w czerwcu 2016 roku i w marcu 2017 roku.

---

wcześniej poddane konsultacjom społecznym, do czego wykorzystano Platformę Konsultacji Społecznych, o czym w dalszej części opracowania.

Porównując zapisy trzech kluczowych uchwał widać wyraźnie, iż władze zrezygnowały przede wszystkim z zapowiedzi stworzenia odrębnego stanowiska ds. programu i jego promocji. Obsługą zajmują się obecnie dwie osoby zatrudnione w Wydziale Polityki Społecznej UM Katowice. W ramach odpowiedzi na wniosek o udostępnienie informacji publicznej<sup>3</sup> uzyskano informację, iż jedna z pracownic zajmuje się przyjmowaniem i wydawaniem kart oraz obsługą profilu programu na Facebooku, druga ogólną koordynacją, tj.: pozyskiwaniem partnerów, obsługą strony internetowej, przygotowywaniem projektów uchwał i zarządzeń, sprawozdawczością itp. Średnio miesięcznie na zadania związane z programem osoby te poświęcają około 30 godzin, co stanowi do ok. 20% ich czasu pracy. W czasie osobistej rozmowy uzyskano także informację<sup>4</sup>, że główny zakres obowiązków jednej z pracownic dotyczy współpracy z organizacjami pozarządowymi, natomiast drugiej problematyki uzależnień.

Wydaje się, że utworzenie samodzielnego stanowiska związanego z obsługą inicjatywy, wpłynęłoby pozytywnie na intensyfikację i efektywność działań, które dotyczą ponad 2,7 tys. rodzin, 96 podmiotów niepublicznych i 6 jednostek miejskich uczestniczących w programie na zasadzie partnerstwa (dane na koniec 2016 roku). Aktywne pozyskiwanie firm do programu i aktualizacja porozumień, których termin obowiązywania kończy się, wymaga poświęcenia tym czynnościom dużej ilości czasu. W odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób pozyskiwano partnerów w do współpracy w 2016 roku uzyskano odpowiedź, że przez zamieszczanie zaproszeń do udziału w programie na stronach Urzędu oraz na profilu programu na Facebooku. Ponadto co jakiś czas wysyłane są zaproszenia w formie listownej do konkretnych przedsiębiorców.

### ***Polityka informacyjna miasta Katowice – analiza wykorzystania wybranych narzędzi komunikacyjnych przy realizacji programu „Nas Troje i więcej”***

Wyznaczając zakres pojęcia polityki informacyjnej samorządu terytorialnego, uwagę zwraca się przede wszystkim na sposób jej prowadzenia. Najczęściej utożsamia się ją ze „świadomą, planową i systematyczną działalnością władz samorządowych, polegającą na

---

<sup>3</sup> Wniosek skierowano 14 lutego 2017 roku. Materiał w zbiorach własnych autorki.

<sup>4</sup> Rozmowę przeprowadzono 15 lutego 2017 roku.

---

komunikowaniu się z otoczeniem w celu uzyskania aktywnego poparcia społecznego na rzecz realizacji strategicznych celów rozwojowych oraz kreowania pozytywnego wizerunku miasta (gminy, powiatu)” (Sakowicz 2006: 239–240). Ponadto, jak uważa Jacek Kozłowski, politykę tę wyznaczają następujące cele: „realizacja prawa obywateli do informacji, inspirowanie sprawnego systemu społecznego komunikowania się w gminie, tworzenie porozumienia między społecznością gminy a jej władzami oraz promocja zewnętrzna gminy” (1997: 21).

Z kolei Ryszard Kowalczyk stwierdza, iż w rozważaniach dotyczących jednostek samorządu terytorialnego, jako uczestników komunikacji społecznej w układzie lokalnym, należy postrzegać je w perspektywie politycznoprawnej, która oznacza uznanie, iż oprócz zadań wyznaczonych przez normy prawa i odpowiadające im obowiązki w sferze informacyjnej, jednostki realizują także własną lokalną politykę lub strategię w tym zakresie, oczywiście mieszczącą się w granicach prawa. W rezultacie analizie można poddać politykę informacyjną, na którą „składają się zarówno treści i towarzyszące jej cechy, jak i forma publicznej prezentacji” (2011: 21–22). Prowadząc ją samorząd realizuje oczywiście ustawowe obowiązki informacyjne i konsultacyjne, ale kreuje także swój wizerunek, tożsamość, osobowość i reputację (Szadok-Bratuń, Bratuń 2012: 25–38).

W pierwszej kolejności należy przyjrzeć się sposobom realizacji prawa obywateli do informacji, na co składa się zarówno informowanie, jak i stwarzanie dostępu do informacji, bowiem dostęp do informacji publicznej stanowi jedną z kardynalnych zasad demokracji i społeczeństwa obywatelskiego, służy także realizacji zasady jawności.

Zasada jawności działania organów publicznych i związane z nią prawo dostępu do informacji publicznej jest podstawą życia społecznego, partycypacji społecznej i działalności administracji publicznej. Ich funkcjonowanie w systemie państwa demokratycznego, umożliwia społeczne włączenie się w procesy decyzyjne odnoszące się do spraw publicznych. Społeczeństwo posiadające wiedzę na temat działań i decyzji organów administracji publicznej może stać się tym samym świadomym partnerem dla władzy i jej organów, co wpływa z kolei na budowanie zaufania społecznego. Korzystanie z prawa do informacji umożliwia także sprawowanie kontroli nad działalnością organów publicznych, przede wszystkim na szczeblu samorządowym, z uwagi na bezpośredni kontakt władzy ze społeczeństwem (Kentowska 2015: 302, 314).

Podstawy prawne powszechnego prawa do informacji zostały uregulowane już na poziomie ustawy zasadniczej. Art. 61 Konstytucji RP gwarantuje obywatelom podmiotowe prawo do uzyskiwania informacji o działalności organów administracji publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne. Prawo to obejmuje dostęp do dokumentów oraz wstęp na posiedzenia kolegialnych organów władzy publicznej pochodzących z powszechnych wyborów, z możliwością rejestracji dźwięku i obrazu, przy czym nie jest to katalog zamknięty. Konstytucja wskazuje także na ograniczenia tego prawa. Uszczegółowieniem tych zapisów są treści zawarte w ustawie z dnia 6 września 2000 roku o dostępie do informacji publicznej ([Tekst jedn. Dz. U. 2015 r., poz. 2058 z późn. zm.](#)), która reguluje pojęcie informacji publicznej, zakres prawa do informacji publicznej, podmioty zobowiązane do jej udostępniania, ograniczenia w korzystaniu z niego, zakres przedmiotowy informacji publicznej oraz tryb jej udostępniania<sup>5</sup>.

Zgodnie z przepisami ustawy ogłaszanie informacji publicznych, w tym dokumentów urzędowych poprzez ich zamieszczenie w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP)<sup>6</sup>, jest jednym z czterech podstawowych sposobów jej udostępniania przez samorząd terytorialny. Biuletyn jest urzędowym publikatorem teleinformatycznym, utworzonym w celu powszechnego udostępniania informacji publicznej w postaci ujednoliconego systemu stron w sieci teleinformatycznej (art. 8 ust. 1 ustawy). Obok realizacji funkcji informacyjnej, służy on również celom identyfikacyjnym lub/i wyjaśniającym ([Konieczka 2012: 333](#)). Formuła Biuletynu gwarantuje wypełnienie postulatu szybkości, powszechności oraz braku ograniczeń czasowych i miejscowych w dostępie do informacji, a także w pełni stanowi realizację zasady jawności z uwagi na możliwość uzyskania informacji bez podejmowania jakichkolwiek działań w tej sprawie ([Kentowska 2015: 308–309](#)). Inne formy udostępniania przewidziane są w sytuacjach, gdy informacje te nie zostały umieszczone na BIP. W tej sytuacji ustawodawca wskazuje, iż zainteresowany może złożyć wniosek o udostępnienie informacji publicznej (art. 10 ustawy).

Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy udostępnieniu podlega informacja publiczna dotycząca: polityki wewnętrznej i zagranicznej, w tym o zamierzeniach władz, projektowanych aktach prawnych i programach w zakresie realizacji zadań publicznych; podmiocie zobowiązanym do umieszczania informacji w BIP, w tym o jego statucie prawnym, organizacji, przedmiocie

---

<sup>5</sup> Ustawa nie jest jedynym aktem prawnym konkretyzującym i wyrażającym zasadę jawności organów władz publicznych, chociaż niewątpliwie najobszerniejszym.

<sup>6</sup> Szczegółowe wytyczne dotyczące budowy stron BIP zawiera rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 stycznia 2007 r. w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej ([Dz.U. 2007, Nr 10, poz. 68](#)).

działań i kompetencjach, organach i osobach sprawujących w nim funkcje i ich kompetencjach; zasadach funkcjonowania, w tym o sposobach przyjmowania i załatwiania spraw oraz stanie ich przyjmowania; danych publicznych, w tym treści aktów administracyjnych oraz majątku publicznego.

Biuletyn Informacji Publicznej z założenia powinien zatem oferować „dobrą informację”, która wg Tomasza Goban-Klasa jest: użyteczna – treściowo odpowiada potrzebie, związanej z podjęciem konkretnej decyzji; dostępna – osiągalna dla zainteresowanej osoby, w miarę tania do pozyskania i rozpowszechniona w kręgu właściwych użytkowników; operatywna – aktualna, uzyskana na czas, na ogół szybko; trafna – adekwatna; zrozumiała – podana we właściwym języku, przystępna; prawdziwa – przedstawia sprawy zgodnie z rzeczywistością; wiarygodna; rzetelna – dokładnie i starannie przedstawia swój przedmiot; systemowa – jest częścią szerszej struktury poznawczej, da się włączyć w ramy ogólniejszej koncepcji oraz weryfikowalna – możliwa do sprawdzenia, uzupełnienia, pogłębienia, rozszerzenia (1999: 14. Za Serafin 2013: 138–139).

Strona BIP Urzędu Miasta Katowice znajdująca się pod adresem <https://bip.katowice.eu/> – w zakresie odnoszącym się do programu „Nas Troje i więcej” – spełnia przede wszystkim wymogi stawiane przez ustawodawcę odnośnie jej zawartości. Ponadto została zbudowana także z uwzględnieniem pewnych wymogów użyteczności. Jest m.in. dostępna dla osób niepełnosprawnych (opcja dla osób słabo widzących, możliwość zmiany wielkości czcionki, możliwość alternatywnego dostępu do informacji – materiał dźwiękowy z sesji Rady Miasta), zawiera wyszukiwarkę informacji<sup>7</sup> oraz informację o sposobie udostępniania informacji nieumieszczonej w BIP, a także o zasadach ponownego wykorzystania informacji.

W górnym menu poziomym strony BIP klikając podstronę Urząd Miasta, otwieramy menu boczne, na którym m.in. znajduje się podstrona Struktura Urzędu oraz Zamierzenia i Programy. W przypadku pierwszej, kierując się właściwością przedmiotową programu, docieramy do informacji na temat danych teleadresowych, kierownictwa, struktury i zadań Wydziału Polityki Społecznej UM Katowice. Wśród zadań z obszaru polityki prorodzinnej znajdujemy informację, że do grupy zadań własnych realizowanych w tym zakresie przez Wydział należy m.in. przyjmowanie wniosków i wydawanie kart w ramach programu „Nas

---

<sup>7</sup> Po wpisaniu frazy „Nas Troje i więcej” otrzymujemy informację o obecnym statusie prawnym programu, ostatnim sprawozdaniu, planowanych zmianach oraz o podmiocie obsługującym program (Wydział Polityki Społecznej UM Katowice).

Troje i więcej” (*BIP. Struktura urzędu*). Jak wynika z analizy stron internetowych dedykowanych programowi, a także rozmowy z pracownikami Wydziału i odpowiedzi udzielonej w związku ze skierowanym wnioskiem o udzielenie informacji publicznej, wyznaczeni do obsługi programu pracownicy realizują w praktyce znacznie szerszy niż wskazany zakres obowiązków. W zasadzie można powiedzieć, że zajmują się kompleksową obsługą programu, w tym jego promocją, pozyskiwaniem partnerów do współpracy, obsługą prawną i sprawozdawczą projektu. Na podstronie Zamierzenia i Programy – Realizowane programy i plany, dostrzegamy informację o programie „Nas Troje i więcej”. W jego opisie umieszczono przekierowanie na stronę internetową UM Katowice, gdzie znajduje się poświęcona mu podstrona.

Na podstronie Rada Miasta w górnym menu w zakładce Uchwały, mamy możliwość znalezienia aktów prawa miejscowego, dotyczących programu. Ponieważ strona zawiera informacje dotyczące wszystkich podjętych uchwał z podziałem za kadencje Rady, kluczowe są w tym przypadku informacje zawarte na stronie miasta, na podstronie dedykowanej programowi. Można powiedzieć, że problemem jest dotarcie do wersji uchwały z 2010 roku wprowadzającej program.

Na stronie głównej BIP UM Katowice na uwagę zasługuje podstrona w lewym bocznym menu pn. Pełny katalog usług (tak samo po wejściu na podstronę Urząd Miasta – Katalog usług). Wybierając zakładkę Obywatel RP i jego rodzina, dostrzegamy opcję Wydanie karty programu „Nas Troje i więcej”. Pojawia się komunikat o przeniesieniu opisu procedury na platformę e-usług publicznych SEKAP. Zakres informacji dostępnych na platformie dotyczy: opisu programu, warunków wydawania karty, czasu jej ważności, wymaganych dokumentów, sposobu ich dostarczenia, w tym poprzez wykorzystanie skrzynki kontaktowej PeUP oraz e-formularzy, terminów i sposobów załatwienia sprawy, sprawdzenia stanu sprawy po podaniu jej sygnatury (znaku sprawy) – wejście poprzez odpowiedni przycisk. Istnieje możliwość pobrania wniosku o wydanie (aktualizację, wydanie duplikatu) karty oraz oświadczenia o kontynuowaniu nauki przez dziecko w formacie PDF. Ponadto wniosek można wypełnić na platformie formularzy elektronicznych po zalogowaniu się. Opcja ta jest dostępna dla osób posiadających skrzynkę kontaktową. Karta usługi jest dostępna również po wybraniu adresu <https://www.sekap.pl/>, a następnie zakładki Usługi dla obywateli– Sprawy obywatelskie– Wydanie karty programu „Nas Troje i więcej”. Zawarty w karcie usługi zakres informacji uznać należy za użyteczny,



wyczerpujący i zrozumiały. Można powiedzieć, że oprócz funkcji informacyjnej treści zawarte w BIP i na platformie SEKAP (System Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej) mają charakter wyjaśniający (procedura składania wniosku). Pozytywnie ocenić należy także możliwość pobrania wniosku (komunikacja jednokierunkowa) i wypełnienia go on-line oraz złożenia i śledzenia stanu sprawy drogą elektroniczną (komunikacja dwukierunkowa).

Oprócz obowiązku zapewnienia dostępu do informacji publicznej, ustawodawca nałożył na organy administracji publicznej obowiązek współpracy z organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami wskazanymi w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie ([Tekst jedn. Dz.U. 2014 r., poz. 1118 z późn. zm.](#)), o ile ich działalność dotyczy zadań publicznych realizowanych przez te organy (art. 5 ust. 1). Jednym z takich zadań, zgodnie z art. 4 ust. 1, jest pomoc społeczna, w tym pomoc rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywanie szans tych rodzin i osób. Zadanie to wpisuje się w cele programu „Nas Troje i więcej” w zakresie, w którym dotyczą one wspierania rodzin wielodzietnych, zastępczych i korzystających z pomocy MOPS oraz poprawy warunków ich życia, a także zwiększenia szans rozwojowych i życiowych dzieci i młodzieży z tych rodzin.

Jedną z form współpracy jest konsultowanie z organizacjami i podmiotami projektów aktów normatywnych w dziedzinach dotyczących ich działalności statutowej oraz konsultacje z radami działalności pożytku publicznego<sup>8</sup> projektów aktów, dotyczących sfery zadań publicznych (art. 5 ust. 2 pkt 3 i 4). Władze miasta podjęły współpracę w tej formie ([Dz. Urz. Woj. Śląskiego, poz. 1825](#)), wykorzystując do tego celu Platformę Konsultacji Społecznych Urzędu Miasta Katowice (<https://pks.katowice.eu/>). W podforum Polityka społeczna (*Podforum Polityka społeczna*) znajdują się informacje o konsultacjach przeprowadzonych od kwietnia 2011 roku. Spośród 63 ogłoszonych konsultacji, pięć dotyczyło programu „Nas Troje i więcej” (maj 2013, październik 2014, marzec 2015, maj 2016, styczeń 2017). Analiza czterech z pięciu dostępnych raportów z wynikami wykazała, iż w konsultacjach nie wzięła udziału żadna uprawniona organizacja a opinia Powiatowej Rady Działalności Pożytku Publicznego w Katowicach była w każdym przypadku pozytywna. Trudno w tym miejscu ocenić, czy brak udziału w konsultacjach organizacji III sektora był wynikiem braku zainteresowania, czy też w projektach uchwał lub zmiany uchwał nie dopatrzono się zapisów, które wymagałyby zajęcia

---

<sup>8</sup> W Katowicach działa Powiatowa Rada Pożytku Publicznego.

stanowiska, zwłaszcza zawierającego polemikę czy wyrażającego negatywny stosunek do proponowanych regulacji. Przypomnieć należy, że zmiany wprowadzane w programie od 2013 roku były zmianami korzystnymi z punktu widzenia beneficjentów. Reasumując, uczynienie z konsultacji społecznych w obszarze wielu spraw publicznych rozwiązania obligatoryjne go ocenić należy pozytywnie. Wykorzystanie do tego celu platformy elektronicznej zmniejsza nakłady finansowe i czasowe obu stron, a także umożliwia pełną dostępność usługi, bez względu na czas i miejsce. Nie do przecenienia jest także fakt, iż konsultacje społeczne, jako forma komunikacji dwustronnej, są także wyrazem upodmiotowienia społeczności lokalnej, a tym samym sprzyjają umacnianiu społeczeństwa obywatelskiego.

Oprócz przedstawionych rozwiązań, wykorzystywanych na różnych etapach realizacji programu, władze miasta zdecydowały się skorzystać także z innych narzędzi komunikacyjnych. Oprócz funkcji informacyjnej i wyjaśniającej, służą one także do promowania inicjatywy, partnerów programu, działań podejmowanych przez jednostki samorządowe oraz władze, a także do budowania pozytywnego wizerunku miasta wśród mieszkańców i na zewnątrz, jako miejsca przyjaznego rodzinie.

Jak słusznie zauważają Patrycja Szostok i Robert Rajczyk, „katalog instrumentów komunikowania dostępnych dla samorządu terytorialnego, jest otwarty i nie sposób zbadać wykorzystywania wszystkich możliwych narzędzi używanych dla informowania czy szerzej, komunikowania się z lokalnymi społecznościami” (Szostok, Rajczyk 2013: 45). Można jednak stworzyć katalog typowego instrumentarium, które można uznać za swego rodzaju kanon. Poniżej zostaną zaprezentowane wyniki badań, dotyczące wybranych fakultatywnych narzędzi komunikacyjnych, wykorzystywanych przy realizacji programu, a mianowicie: serwisu internetowego miasta, w tym podstrony poświęconej programowi, Platformy Konsultacji Społecznych, w tym forum internetowego, gazety miejskiej „Nasze Katowice” oraz profilu programu na Facebooku. W przypadku dwóch ostatnich instrumentów dokonano szczegółowej analizy ich zawartości pod kątem przygotowanych kluczy kategoryzacyjnych. Ponieważ w trakcie opracowywania materiału pojawiły się dodatkowe pytania badawcze, na które nie udało się uzyskać odpowiedzi w dostępnym publicznie spektrum informacji, skierowano do Urzędu Miasta wnioski o udostępnienie informacji publicznej. Zainicjowano także kontakt z pracownikami Wydziału Polityki Społecznej Urzędu Miasta odpowiedzialnymi za prowadzenie programu i przeprowadzono z nimi bezpośrednią rozmowę. Uzupełnieniem informacji

dotyczących promocji programu były także roczne sprawozdania z realizacji programu za lata 2011–2015.

Strona internetowa miasta Katowice pod adresem: <https://www.katowice.eu/w> górnym menu na podstronie Urząd Miasta, zawiera w poziomym panelu tematycznym kategorię Rodzina i zdrowie. Po rozwinięciu menu na trzecim miejscu dostrzegamy podstronę Nas Troje i więcej, która posiada dodatkowe dwa rozwinięcia: Uzyskaj kartę oraz Partnerzy programu. W zależności od tego, którą z podstron otworzymy, uzyskamy nieco inny, mniej bądź bardziej obszerny zestaw informacji. Najwięcej zawiera ich podstrona główna Nas Troje i więcej (<https://www.katowice.eu/urząd-miasta/rodzina-i-zdrowie/nas-troje-i-wiecej/>) i są to zarówno treści w formie tekstowej, jak i elementy graficzne. Do pierwszych zaliczamy informacje kierowane do beneficjentów (również potencjalnych) dotyczące: aktualnych podstaw prawnych funkcjonowania programu, jego celów, adresatów, oferty programu (plik PDF), procedury uzyskania karty potwierdzającej prawo do korzystania z oferty (aktualizacji, wydania duplikatu), wzory niezbędnych wniosków i oświadczeń (plik PDF). Na podstronie zamieszczono także informacje dotyczące procedury i niezbędnych dokumentów dla osób posiadających ogólnopolską kartę dużej rodziny i ubiegających się o 20% ulgę za gospodarowanie odpadami zbieranymi w sposób selektywny wraz ze wzorami wniosków i oświadczeń do pobrania. W części kierowanej do partnerów programu (w tym potencjalnych) na stronie umieszczono apel o włączanie się do programu, wzór porozumienia w formacie DOC oraz opis procedury nawiązania współpracy. Wśród innych umieszczonych na stronie treści warto wskazać na: sprawozdania z realizacji programu z lat 2011–2015, linki do kilku wybranych portali dla rodzin oraz link do konta programu na Facebooku. Umieszczono także logotyp programu oraz ulotkę.

Po rozwinięciu podstrony Uzyskaj kartę, otrzymujemy standardowy zestaw informacji dla osób ubiegających się o wydanie karty, jej duplikatu lub uaktualnienie. Opisano także procedury w przypadku zgubienia karty, jej zniszczenia czy kradzieży, obowiązki posiadaczy karty oraz zasady oznaczania punktów honorujących ją. Zamieszczono wzór awersu i rewersu karty. Z kolei na podstronie Partnerzy programu znajdujemy wykaz aktualnych partnerów wraz z danymi teleadresowymi, adresem ich strony internetowej, logo oraz rodzajem oferowanych przez nich ulg.

Ze strony głównej Urzędu Miasta poprzez ikonę umieszczoną na panelu ikon w prawym górnym rogu, mamy możliwość przejścia na Platformę Konsultacji Społecznych

---

(<https://pks.katowice.eu>). Jest to forum dyskusyjne, mające na celu ułatwienie dialogu władz samorządowych z mieszkańcami na temat projektów i przedsięwzięć realizowanych przez miasto. Według zapisów na stronie użytkownicy mogą zapoznać się z projektami i opisami najważniejszych przedsięwzięć podejmowanych w Katowicach i wypowiedzieć się na ich temat. W założeniu platforma służy wymianie opinii, co ma ułatwić urzędnikom podejmowanie decyzji w zgodzie z potrzebami społecznymi. Tematy poddawane pod dyskusję pojawiają się na platformie w postaci moderowanych wątków. Platforma jest administrowana przez pracowników Urzędu Miasta, a posty są dodawane po zaakceptowaniu przez moderatora wątku.

Wśród tematów poruszanych na forum w ramach tematu Polityka społeczna, znajduje się wątek pn. Jaka pomoc rodzinom wielodzietnym? (*Jaka pomoc*). Pierwszy post pojawił się na nim 30 listopada 2011 roku, ostatni 16 stycznia 2013 roku. Można zatem powiedzieć, że pomimo istnienia platformy wymiany opinii, jest to w zasadzie martwe narzędzie komunikacji w analizowanym temacie. Wśród 13 forów tematycznych największym stałym zainteresowaniem cieszą się: Infrastruktura, Inwestycje oraz Transport publiczny, najmniejszym zaś Edukacja, Kultura, Promocja Katowic i właśnie Polityka społeczna. Temat Jaka pomoc rodzinom wielodzietnym? miał na dzień 31 stycznia 2017 roku 1 259 wyświetleń (więcej tylko wątek Demografia – 1 690) i 16 postów, z czego siedem to odpowiedzi ze strony moderatora wątku. Dziewięć postów z szesnastu bezpośrednio odnosiło się do programu „Nas Troje i więcej”, a w dyskusji oprócz moderatora uczestniczyli trzej internauci, z których jeden zamieścił 3 posty. Pierwszy post dotyczył trudnej sytuacji materialnej rodzin wielodzietnych (internauta 1). W odpowiedzi moderatorzy informowali o prowadzonym programie, jego zasadach i przysługujących ulgach, a także o liczbie rodzin korzystających z niego. Odpowiedź na pierwszy post pojawia się dopiero po dwóch tygodniach. Kolejny post, odnoszący się do oferty karty, został zamieszczony 16 maja 2012 roku i dotyczył kwestii przystąpienia do karty KZK GOP – jako partnera (internauta 1). Wydział Polityki Społecznej wyjaśnił, dlaczego niemożliwe jest włączenie się Związku (karta ma charakter miejski), chociaż jak zaznaczono, władze podejmowały rozmowy na ten temat (odpowiedzi udzielono po tygodniu). Kolejny post, w którym pojawia się wątek programu pochodzi z 10 stycznia 2013 roku. Użytkownik (internauta 2) zwracał w nim uwagę na problem dziedziczenia statusu społecznego dzieci, roszczeniowość świadczeniobiorców, problem pokoleniowego korzystania ze świadczeń, negatywnie odnosił się do wspierania takich rodzin w formie pieniężnej i rzeczowej. Wskazywał

na brak szacunku do pracy i konieczność szerokiej edukacji. Biedę utożsamiał z patologią. Na koniec odniósł się do programu pisząc, iż uważa go za „bardzo dobry i godny propagowania” oraz, że „powinien być rozwijany”. Następnego dnia pojawiło się podziękowanie ze strony moderatora za głos w dyskusji. Ostatnie trzy posty (z 13, 15 i 16 stycznia 2013 roku) także nawiązywały do programu. W pierwszym (internauta 1) zostały zasygnalizowane w zasadzie trzy wątki. Pierwszy odnosił się do partnerów programu. Autor stwierdził, że „to kolejna lista firm reklamujących się przy okazji zniżki”. Generalnie pochwalał program zniżek, ale zwracał uwagę na niemożność skorzystania z nich przez rodziny wielodzietne pomimo rabatów. Wyraził pogląd, iż oferta karty powinna obejmować usługi i dobra istotne z punktu widzenia codziennego funkcjonowania rodzin. W tym miejscu pojawił się drugi wątek, odnoszący się do przyłączenia się przewoźników do karty (np. KZK GOP) – internauta poruszał go już wcześniej. Trzeci to polemika z poprzednim postem w kwestii utożsamiania trudnej sytuacji materialnej z patologią. W drugim poście (internauta 3) wyrażono poparcie dla tez zawartych w poprzednim, natomiast trzeci zawiera odpowiedź moderatora. Po raz drugi wyjaśniono, na czym polega problem z KZK GOP. Ponadto zasygnalizowane zostały plany wprowadzenia ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny.

Z przedstawionego powyżej przebiegu dyskusji na forum wyłania się obraz świadczący o niewielkim zainteresowaniu użytkowników Platformy tematami związanymi z polityką społeczną. Wymiana zdań miała miejsce w zasadzie jedynie między jednym z użytkowników a moderatorem, przy czym wyrażnie, pomimo poparcia dla idei programu wsparcia rodzin, prezentował on sceptyczną postawę, zwłaszcza w kwestii oferty programu. Dziwić może także początkowa opieszałość moderatora w udzielaniu odpowiedzi na zamieszczane posty (2 tygodnie, następnie 1 tydzień). Tak długie oczekiwanie na reakcję może z jednej strony zniechęcać do zabierania głosu w dyskusji, z drugiej świadczyć o traktowaniu forum, wbrew deklarowanym zachętom do brania udziału w dyskusji, jako mało istotnego narzędzia komunikacji. W zasadzie można powiedzieć, iż wątek ten „umarł śmiercią naturalną” – ostatni post zamieszczono bowiem 4 lata temu.

Kolejnym narzędziem wykorzystywanym do komunikacji jest prasa samorządowa. Z poziomu strony Urzędu Miasta w menu dolnym znajduje się aktywny link pn. Gazeta miejska, który przekierowuje na stronę miejskiego informatora pt. „Nasze Miasto” (<https://www.katowice.eu/miasto/gazeta-miejska>). Pierwszy numer gazety ukazał się

---

w listopadzie 2008 roku i od początku był miesięcznikiem. Na stronie internetowej dostępna jest wersja elektroniczna (w formacie PDF), natomiast informator ma także wersję papierową, dostępną w kilkudziesięciu punktach na obszarze miasta m.in. w bibliotekach, domach kultury, szkołach, szpitalach itp. Jest wydawany przez Urząd Miasta (Wydział Komunikacji Społecznej). Nakład w grudniu 2016 roku wznosi 30 tys. egzemplarzy. Do końca 2016 roku ukazało się 68 wydań, w których od czasu wprowadzenia programu (2011 rok) zamieszczono 29 niezbyt obszernych informacji dotyczących inicjatywy. W tabeli 1 zawarto informacje dotyczące liczby publikacji z podziałem na poszczególne lata z uwzględnieniem ich adresatów. Po przeanalizowaniu treści oprócz „czystych” kategorii, wyróżniono także mieszane, jeżeli z treści publikacji wynikało, iż zawierają przekaz adresowany do więcej niż jednej grupy odbiorców.

**Tabela 1.** Liczba publikacji w Biuletynie Informacyjnym „Nasze Katowice” dotyczących programu „Nas Troje i więcej” w latach 2011–2016 z uwzględnieniem odbiorców

Odbiorcy informacji	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Rodziny	1	2	1	-	1	1
Partnerzy programu	1	2	2	-	-	-
Mieszkańcy	3	1	-	3	-	2
Rodziny i partnerzy programu	-	1 <sup>a</sup>	-	-	-	-
Mieszkańcy i rodziny	1	3	1	1	-	-
Rodziny, partnerzy programu, mieszkańcy	1	-	1	-	-	-
<b>Razem</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

<sup>a</sup> - życzenia świąteczne

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z powyższej tabeli, nasilenie publikacji miało miejsce w dwóch pierwszych latach realizacji programu. Widoczna jest wyraźna tendencja spadkowa, przy czym zwiększenie liczby publikacji w 2016 roku jest w pewnym sensie pozorne. Dwie z trzech (w kategorii mieszkańcy) pojawiły się w kontekście zamieszczenia dość obszernych publikacji, dotyczących „rozliczenia się” Prezydenta Marcina Krupy z mieszkańcami z programu wyborczego. Zatem programowi „Nas Troje i więcej” poświęcono jedynie jedną samodzielną informację.

Biorąc pod uwagę adresatów (kategorie mieszane i „czyste”), najczęściej były nimi rodziny mogące potencjalnie korzystać z oferty lub korzystające z niej – 6 razy przekaz wyłącznie do rodzin, 9 razy w połączeniu z innymi grupami odbiorców. Publikacje kierowane do

rodzin miały w zdecydowanej większości charakter informacyjny. Najczęściej zawierały prezentację założeń programu (kto może z niego skorzystać i na jakich warunkach, jak wygląda oferta, zmiany w przepisach) lub informacje praktyczne (np. procedury składania wniosku o kartę, tryb i czas rozpatrywania wniosku, odbioru kart, konieczności uaktualniania uprawnień oraz tryb tych czynności, informacje o jednostkach odpowiedzialnych za realizację programu, o identyfikacji wizualnej partnerów programu – logo, o konieczności okazania dokumentu ze zdjęciem przy korzystaniu z karty).

Druga grupa odbiorców zamieszczanych publikacji to zdecydowanie częściej potencjalni partnerzy programu niż ci już do niego pozyskani. Publikacje zawierały najczęściej prezentację programu, procedury nawiązania współpracy oraz wskazanie potencjalnych korzyści udziału w nim, m.in. przyczynienie się do poprawy sytuacji rodzin, bycie w gronie firm i instytucji przyjaznych rodzinie, rozpoznawalność, przyciągnięcie nowych klientów i pozyskanie stałych, wykreowanie pozytywnego wizerunku, zyskanie bezpłatnej reklamy w prasie, telewizji i Internecie. Początkowo apel o włączenie się do programu kierowano jedynie do prywatnych przedsiębiorców, od 2013 roku także do jednostek i instytucji publicznych, klubów sportowych i organizacji pozarządowych. Sporadycznie pojawiały się podziękowania za uczestnictwo. Od 2014 roku nie pojawiła się na łamach Informatora ani jedna publikacja, której odbiorcami wprost mogliby być potencjalni partnerzy lub podmioty już oferujące ulgi i rabaty, co może oznaczać, iż zrezygnowano z takiej formy komunikowania się z tą grupą interesariuszy.

W przypadku komunikatów kierowanych do mieszkańców zawierały one informacje o wprowadzeniu programu, następnie o zasadach na jakich funkcjonuje, liczby osób i rodzin korzystających, wysokości ulg i o partnerach programu. Drugą grupę stanowiły publikacje promujące miasto jako miejsce przyjazne rodzinie (2014 rok – wyróżnienie w ogólnopolskim konkursie „Dobry klimat dla Rodziny”, podziękowanie z rąk Prezydenta RP za prowadzenie programu dla rodzin wielodzietnych –przy okazji przypomniano jego zasady). Informowano także o pojawieniu się karty ogólnopolskiej i o wojewódzkiej inicjatywie na rzecz dużych rodzin. Jak już wspomniano, w 2016 roku dwukrotnie w ramach podsumowania kolejnych lat prezydentury Marcina Krupy, odwoływano się do założeń programu. W punkcie 5 programu wyborczego pn. „Umowa z mieszkańcami” ówczesny kandydat na prezydenta Katowic zawarł m.in. deklarację wprowadzenia pakietu bezpłatnych usług dla rodzin 3+. W obu publikacjach

---



deklaracja ta została podtrzymana<sup>9</sup>, ponadto zasygnalizowano powrót do rozmów z KZK GOP na temat wprowadzenia dodatkowej zniżki na dojazdy do szkół dla dzieci i młodzieży uczącej się, posiadającej kartę programu. Publikacje zawierały także informacje o liczbie rodzin korzystających z ulg oraz o obowiązującej w latach 2014–2016 20% zniżce w opłacie śmieciowej<sup>10</sup>. Ponadto na łamach publikatora dwukrotnie w 2011 roku starano się, ale bez większego efektu, zainicjować szerszą dyskusję na temat: Dlaczego fajnie być rodziną „Nas Troje i więcej”?

Podsumowując ilość i zawartość zamieszczanych w informatorze publikacji na temat programu można powiedzieć, iż temat ten nieczęsto, a w ostatnich latach nawet rzadko gościł na jego łamach. Zamieszczane treści miały charakter najczęściej informacyjny, a w ostatnich latach bardziej promocyjny. Zostały wplecione także w szerszy wątek „rozliczenia się” Prezydenta Miasta z programu wyborczego. Okazuje się, iż również ten instrument nie jest w wystarczający sposób wykorzystywany w procesie komunikacji. Nie powiodła się także próba uzyskania komunikatu zwrotnego. Na zakończenie warto dodać, że za wyjątkiem trzech przypadków, w tym dwóch dotyczących programu wyborczego, publikacje odnoszące się do omawianej inicjatywy nie były zamieszczane na pierwszych stronach informatora (z reguły znajdowały się między stroną 6 a 12). Nie zawsze zawierały też element graficzny (logo) identyfikujący program.

Ostatnim z instrumentów komunikacyjnych prezentowanym w opracowaniu jest strona programu na portalu społecznościowym Facebook pod adresem: <https://www.facebook.com/Nas-troje-i-wiecej-235649493126674/>. Strona została założona 7 lipca 2011 roku, jest obsługiwana przez jedną z dwóch osób oddelegowanych do obsługi programu i na koniec stycznia 2017 roku miała 296 polubień. Do końca grudnia 2016 roku na stronie zamieszczono 236 postów (bez zdjęć profilowych i w tle), z czego aż 236 (83%) w roku 2016 (wykres 1).

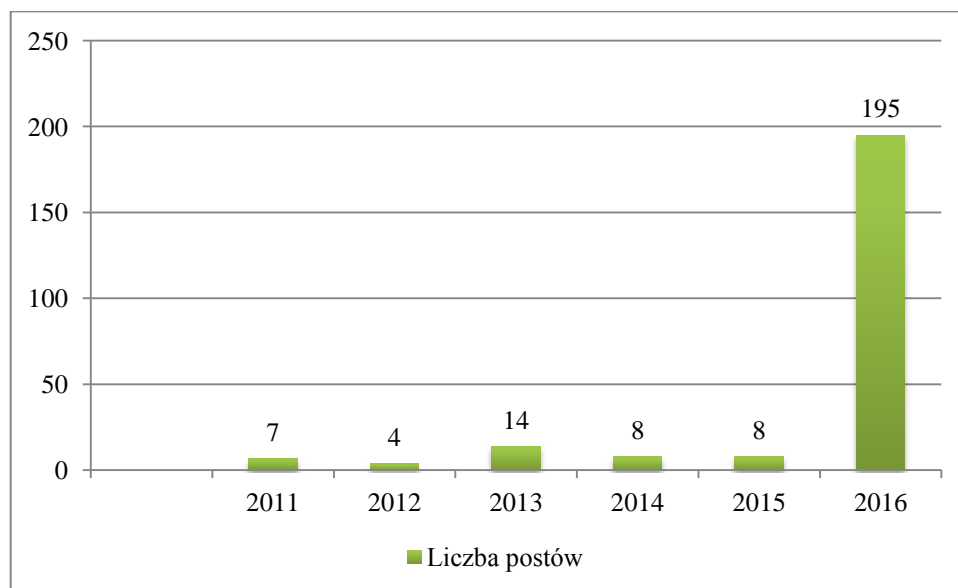
---

<sup>9</sup> Została wprowadzona w 2017 roku.

<sup>10</sup> Od lipca 2016 roku przysługuje ona wszystkim posiadającym kartę ogólnopolską, zatem miasto wycofało ją z programu samorządowego.

---

**Wykres 1.** Liczba postów na stronie programu „Nas Troje i więcej” na Facebooku w latach 2011–2016



Źródło: opracowanie własne.

Wyraźna intensyfikacja zamieszczanych w 2016 roku postów – według informacji uzyskanej z Urzędu Miasta – „nie była spowodowana poleceniem służbowym, a jedynie większym zaangażowaniem pracowników obsługujących program w tego typu działanie, w tym w szczególności jednego, który również na co dzień (w życiu prywatnym) dużo korzysta z FB”. Ponadto pewnym wytłumaczeniem niskiej aktywności w początkowych latach może być to, iż profil został założony przez Wydział Promocji zapewne „z rozpędu”, a później zapomniany. Przeniesienie pełnej odpowiedzialności za obsługę programu do Wydziału Polityki Społecznej spowodowało koncentrację zadań w jednym miejscu i pozytywnie wpłynęło na koordynację instrumentów komunikacyjnych.

Dokonano także analizy zawartości postów uwzględniając dwa kryteria: dominująca tematyka postów odnoszących się *stricte* do programu (tabela 2) oraz rodzaj podmiotu/inicjatywy promowanej na stronie – bez promowania samego programu (tabela 3).

**Tabela 2.** Posty na profilu odnoszące się do programu „Nas Troje i więcej” według tematyki w latach 2011–2016

Temat posta	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Liczba postów w roku					
Wprowadzenie /modyfikacja programu, zasady uczestnictwa, zasady składania wniosku o wydanie karty, w tym drogą elektroniczną, aktualizacja karty	6	2	2	-	-	4
Informacja dotycząca zasad uczestnictwa w programie dla potencjalnych partnerów	0	0	1	-	-	2
Informacja o pozyskaniu partnera do programu (informacja o wykazie partnerów programu)	1	1	-	-	-	5 (1)
Informacja na temat poszerzenia oferty w ramach karty po konsultacjach: 20% na wywóz odpadów dla posiadaczy karty (w 2016 roku likwidacja)	-	-	1	-	1	2
Konkursy dla posiadaczy karty organizowane przez partnerów	-	-	1	-	-	1
Konkursy dla posiadaczy karty organizowane przez podmiot prowadzący	-	-	-	-	-	2
Prośba o wzięcie udziału w badaniach naukowych na temat karty	-	-	-	2	-	-
Podziękowania dla osób, które dodały stronę do ulubionych	-	-	-	-	-	1
<b>Razem:</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>18</b>
<b>Udział w postach ogółem w danym roku (w %)</b>	<b>100,0</b>	<b>75,0</b>	<b>35,7</b>	<b>25,0</b>	<b>12,5</b>	<b>9,2</b>

Źródło: opracowanie własne.

Na 236 postów jedynie 36 odnosiło się wprost do programu (15%), z czego najwięcej zostało zamieszczonych w 2016 roku. Biorąc pod uwagę roczną liczbę postów (wykres 1), wpisy o treści mającej związek z programem stanowiły od 100% wpisów w roku 2011 do nieco ponad 9% w roku 2016. O ile omawiane poprzednio instrumenty w dużym zakresie pełniły rolę informacyjną, o tyle profil na Facebooku tylko w niewielkim zakresie jest źródłem wiedzy o założeniach programu i zasadach korzystania z przysługujących w jego ramach ulg i zwolnień. Wprawdzie spośród zidentyfikowanych tematów najwięcej dotyczyło tego wątku, ale było to tylko 14 postów. Na drugim miejscu pod względem liczby znalazły się wpisy informujące o pozyskaniu nowego partnera do programu – siedem postów i informacja o wykazie partnerów wraz z ich ofertą – 1 post.

**Tabela 3.** Liczba postów nie odnoszących się bezpośrednio do programu „Nas Troje i więcej” według rodzaju promowanego podmiotu lub inicjatyw w latach 2011–2016

Temat posta	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Liczba postów					
Materiały promocyjne niepublicznych partnerów programu, w tym o zniżkach	-	1	2	-	2	17
Informacje o działaniach organizowanych przez samorządowe instytucje kultury	-	-	-	-	-	49
w tym						
-miejskie domy kultury	-	-	-	-	-	33
-inne np.: Muzeum Historii Katowic, Śląski Teatr Lalki i Aktora "Ateneum", Katowice Miasto Ogrodów – Instytucja kultury im. Krystyny Bochenek, Muzeum Śląskie	-	-	-	-	-	16
Informacje o działaniach organizowanych przez inne instytucje, w tym o dominującym znaczeniu dla miasta np.: Pałac Młodzieży im. prof. A. Kamińskiego, MOSiR, GKS GieKSa Katowice S.A., Hala 'Spodek', Międzynarodowe Centrum Kongresowe	-	-	-	-	-	12
Imprezy organizowane przez szkoły, w tym z oddziałami integracyjnymi	-	-	-	-	-	5
Konkursy organizowane przez UM Katowice kierowane do rodzin	-	-	-	-	3	1
Pikniki rodzinne, imprezy dla dzieci organizowane przez miasto lub przy współudziale miasta	-	-	3	-	-	10
Pikniki rodzinne, imprezy dla dzieci organizowane w mieście - promocja wydarzenia	-	-	-	-	-	13
Imprezy sportowe organizowane przez władze miasta - samodzielnie lub przy współudziale - informacja o zniżkach	-	-	-	1	-	5
Promocja miasta/promocja imprez miejskich/projektów	-	-	-	-	-	30
Inne inicjatywy miejskie <sup>a</sup>	-	-	-	-	-	11
Promowanie programów krajowych (Karta Dużej Rodziny, 500+) / posty MRPiPS lub innych ministerstw, agend rządowych	-	-	-	2	-	7
Promowanie inicjatywy Śląskie dla Rodziny - Karta Dużej Rodziny / postów strony	-	-	-	1	-	3
Promowanie postów ogólnopolskich kampanii społecznych	-	-	2	-	-	-
Życzenia z okazji świąt	-	-	1	2	2	2
Życzenia z okazji Dnia Dziecka, Dnia Matki, Dnia Ojca; udanych i bezpiecznych wakacji	-	-	1	-	-	4
Materiały reklamowe podmiotów nie związanych bezpośrednio z programem	-	-	-	-	-	8
<b>Razem</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>177</b>

<sup>a</sup> - Życzenia i apel Prezydenta Miasta z okazji świąt narodowych; zachęta do korzystania z platformy SEKAP; akcja e-urząd; informacje dotyczące 1% i inicjatyw związanych z organizacjami pozarządowymi; zasady usuwania gruzu.

Źródło: opracowanie własne.

Z przedstawionego w tabeli 3 zestawienia wynika, iż najczęściej strona programu jest „wykorzystywana” do promowania wydarzeń, imprez i działalności prowadzonej przez miejskie instytucje kultury, w tym szczególnie przez domy kultury. Interesujący jest fakt pojawiania się informacji dotyczących placówek, nie będących nawet partnerami w projekcie np. MDK „Koszutka”. Na drugim miejscu znajdują się posty zawierające materiały promujące miasto lub imprezy/projekty miejskie, a dopiero na trzecim materiały własne niepublicznych partnerów, z których część zawiera także informację o oferowanych zniżkach i ulgach.

Ciekawe spostrzeżenie łączy się z aktywną obecnością internautów na profilu, która nie jest imponująca. Jedyna wyraźna aktywność dotyczyła konkursów realizowanych przez partnerów programu oraz Urząd Miasta. Największe zainteresowanie wzbudził konkurs literacki ogłoszony w grudniu 2016 roku, dotyczący wiersza/rymowanki o tematyce rodzinnej. To właśnie posty publikowane w związku z nim wywołały najwięcej emocji, sprowokowały dyskusję i otrzymały najwięcej lajków (5–7) – miały także ponowne udostępnienia.

Strona programu na Facebooku, pomimo ogromnego potencjału tkwiącego w mediach społecznościowych, także nie jest narzędziem efektywnej komunikacji. Pomimo intensyfikacji działań w ostatnich latach, stała się raczej narzędziem promocji, co zbyt mocno profiluje komunikację w kierunku jednostronności przekazu. Przytłaczająca ilość postów bez komentarza ze strony odwiedzających jest tego niestety potwierdzeniem. Media społecznościowe czy blogi wymagają ogromnego nakładu pracy i poświęcenia czasu na ich prowadzenie oraz aktywizowanie odwiedzających. Trudno wyobrazić sobie, by jedna osoba, tylko w pewnym zakresie swoich obowiązków zajmująca się prowadzeniem strony, była w stanie podołać temu zadaniu.

Na zakończenie można wskazać, że analiza sprawozdań z realizacji programu w latach 2011–2015 (*Sprawozdania*) wykazała stosowanie następujących narzędzi i kanałów komunikacji przy wdrażaniu i realizacji omawianego programu: informowanie o przyłączeniu się partnera do programu drogą e-mailową (do 2013 roku także sms w ramach Katowickiego Informacyjnego Systemu SMS, KISS), prowadzenie strony internetowej programu i strony na Facebooku, wysyłanie materiałów promocyjnych do żłobków, przedszkoli i szkół, promocja programu na łamach Informatora „Nasze Katowice”, umieszczanie informacji o programie w zakładce Aktualności na stronie głównej Urzędu Miasta, popularyzowanie programu na imprezach plenerowych, konferencjach, wystawianie *roll-up*-ów reklamujących program (od 2013 roku),

---

organizowanie konkursów, emisja spotów informacyjnych na tablicy Led przy Spodku (lata 2011–2012), w TV3 Katowice (2011 rok), na kanale miasta na YouTube (2011 rok), na *dv-boxach* w komunikacji miejskiej (2011 rok), w tramwajach wyposażonych w monitory obsługiwane przez Telewizję Mobilną (2014 rok) oraz przekazywanie materiałów reklamowych osobom zgłaszającym się po wydanie/przedłużenie karty (od 2014 roku).

### ***Podsumowanie***

Przeprowadzone badania pozwalają na sformułowanie kilku wniosków końcowych. Z przedstawionych w 2011 roku siedmiu rekomendacji Stowarzyszenia Bona Fides udało się wdrożyć zaledwie dwie: poszerzenie oferty zniżek i ulg oraz (w miarę) bieżące aktualizowanie i poszerzanie strony internetowej programu. Tylko w ograniczonym zakresie wykorzystywane narzędzia komunikacyjne sprzyjają intensyfikacji akcji informacyjnej. Nie udało się wyodrębnić stałej kolumny w Informatorze „Nasze Miasto” i stworzyć samodzielnego stanowiska do obsługi programu. Zrezygowano z różnorodnego co do kanałów informowania beneficjentów o nowych podmiotach i zniżkach, zachowując jedynie formę e-mailową. To opcja tylko dla osób, które składając wniosek podały swój adres. Nie wydaje się, aby władze planowały w najbliższym czasie bardziej intensywną akcję promocyjną. Na pytanie, czy jest to brane pod uwagę uzyskano odpowiedź, iż promocja programu odbywa się na bieżąco.

Ocena narzędzi internetowych, mających zapewnić komunikację dwustronną (forum dyskusyjne, profil na Facebooku) nie wypada korzystnie. W zasadzie nie spełniają one swojej roli. W dużej części komunikaty pojawiające się na Facebooku i w gazecie miejskiej mają charakter promocyjny, przy czym promowane jest częściej miasto i władze, niż sam program lub partnerzy (wyjątek dotyczy miejskich instytucji kultury i sportu, które zamieszczają posty na temat swojej działalności, nie będąc nawet partnerami).

Pozytywnie ocenić można natomiast stronę BIP Urzędu poświęconą programowi, stronę własną programu oraz fakt przeprowadzania konsultacji społecznych z III sektorem w obszarze zadań publicznych realizowanych przez samorząd i wykorzystania do tego celu platformy internetowej. Na podkreślenie zasługuje także fakt, iż kontakt bezpośredni z pracownikami odpowiedzialnymi za program uznać można za cenny i bogaty w informacje. Na pozytywną ocenę zasługuje także fakt szybkiego udzielenia odpowiedzi na skierowany wniosek o udostępnienie informacji publicznej – dwa dni.

Reasumując, pomimo korzystania z różnorodnych narzędzi komunikacyjnych, polityka informacyjna miasta Katowice dotycząca programu „Nas Troje i więcej” opiera się głównie na instrumentach obowiązkowych lub będących wizytówką internetową programu (podstrona na stronie Urzędu Miasta). Rzadko wykorzystywane są łamy gazety miejskiej, a bardziej nowoczesne formy komunikacji nie spełniają swojej roli (forum dyskusyjne), albo spełniają ją w niewielkim zakresie (profil na Facebooku). Wydaje się, iż istotnym wsparciem w procesie decyzyjnym, co do dalszych kierunków polityki informacyjnej władz, mogłyby być wyniki ewaluacji programu wśród beneficjentów, partnerów i mieszkańców miasta. Wypada mieć także nadzieję, iż w najbliższym czasie zostaną podjęte bardziej intensywne działania, mające na celu przede wszystkim pozyskanie nowych partnerów programu dla zapewnienia jego atrakcyjności i realnej pomocy dla rodzin z niego korzystających.

### **Bibliografia:**

- Balcerzak-Paradowska, B. (2004). *Rodzina i polityka rodzinna na przełomie wieków*. Warszawa: IPiSS.
- BIP. *Struktura urzędu*.  
<https://bip.katowice.eu/UrządMiasta/StrukturaUrzeduDetail.aspx?i=176&menu=576> (12.02.2017).
- Coful, E., & Wójkowski, G. (2011). *Raport z funkcjonowania programu Nas troje i więcej w Katowicach*. Katowice: Stowarzyszenie Wzajemnej Pomocy BONA FIDES.
- Dobek-Ostrowska, B. (2002). *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Dobek-Ostrowska, B. (2006). *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dobek-Ostrowska, B., & Wiszniowski, R. (2002). *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Dolnicki, B. (2016). *Ustawa o samorządzie gminnym. Raport specjalny*. Warszawa: Wolters Kluwer SA.
- Dz.U. 1997, Nr 78, poz. 483 z późn. zm. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.
- Dz.U. 2011, Nr 45, poz. 497. Ustawa z dnia 11 kwietnia 2011 roku o zmianie ustaw: o samorządzie gminnym, o samorządzie powiatowym, o samorządzie województwa, o administracji rządowej w województwie oraz o zmianie niektórych innych ustaw.
- Dz.Urz. Woj. Śląskiego z 2012 r. poz. 1825. Uchwała nr XX/447/12 Rady Miasta Katowice z dnia 28 marca 2012 r. sprawie szczegółowego sposobu konsultowania z Powiatową Radą Działalności Pożytku Publicznego w Katowicach lub organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami prowadzącymi działalność pożytku publicznego projektów aktów prawa miejscowego.
- Dz.Urz. Woj. Śląskiego z 2013 r. poz. 4881. Uchwała nr XXXVIII/881/13 Rady Miasta Katowice z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie wprowadzenia na terenie miasta Katowice programu „Nas Troje i więcej”.
- Dz.Urz. Woj. Śląskiego z 2015 r. poz. 2753. Uchwała nr VIII/145/15 Rady Miasta Katowice z dnia 29 kwietnia 2015 r. w sprawie wprowadzenia na terenie miasta Katowice programu „Nas Troje i więcej”.



- Gierula, M. (2006). *Lokalna przestrzeń komunikacyjna mediów periodycznych w Polsce*. W: S. Michałowski, & W. Mich (red.). *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją-public relations-promocja jednostek samorządu terytorialnego*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Głąbicka, K. (2004). *Polityka państwa polskiego u progu członkostwa w Unii Europejskiej*. Radom: Instytut Technologii i Eksploatacji.
- Jaka pomoc*, <https://pks.katowice.eu/default.aspx?g=posts&t=546#post740> (30.01.2017).
- Kamerman S.B. (2010) *Child, Family, and State: The Relationship Between Family Policy and Social Protection Policy*. W: Kamerman S.B., Phipps S., & Ben-Arieh A. (red.). *From Child Welfare to Child Well-Being. Children's Well-Being: Indicators and Research*, vol 1. Springer, Dordrecht, <http://www.difi.org.qa/app/media/719/> (dostęp: 12.01.2017).
- Kentowska, K. (2015). *Biuletyn Informacji Publicznej jednostek samorządu terytorialnego jako źródło dostępu do informacji publicznej*. W: B. Dolnicki (red.). *Jawność w samorządzie terytorialnym*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Konieczka, L. (2012). *Narzędzia służące do prowadzenia działań public relations na stronach internetowych administracji publicznej*. W: M. Tebernacka, & A. Szadok-Bratuń (red.). *Public relations w sferze publicznej. Wizerunek i komunikacja*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Kowalczyk, R. (2011). Samorząd terytorialny jako uczestnik komunikacji społecznej. *Przegląd Politologiczny*, 4: 21–35.
- Kowalczyk, R. (2015). *O mediach lokalnych, regionie i regionalizmie*. Poznań: Wydawnictwo naukowe SILVA RERUM.
- Kozłowski, J. (1997). *Polityka informacyjna gminy*. W: J. Regulska (red.). *Grochem o ścianę?...Polityka informacyjna samorządów terytorialnych*. Warszawa: Wydawnictwo Samorządowe FRDL.
- Kroszel, J. (1997). *Podstawy polityki społecznej: uwarunkowania, pojęcia, instytucje i działania*. Poznań-Wrocław: Wydawnictwo Terra.
- Kurzynowski, A. (1991). *Rodzina w polityce społecznej państwa*. W: A. Kurzynowski (red.). *Problemy rodziny w polityce społecznej*. Warszawa: Ośrodek Badań Społecznych.
- Michalczyk, S. (2000). *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mikulowski Pomorski, J. (1988). *Informacja i komunikacja. Pojęcia, wzajemne relacje*. Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo Wrocław, Oddział w Krakowie.
- Moll, T. (2016). *Zakres działania i zadania gminy*. W: B. Dolnicki (red.). *Ustawa o samorządzie gminnym. Komentarz*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- MPiPS (2013). *Jak wprowadzać Kartę Dużej Rodziny. Poradnik dla jednostek samorządu terytorialnego*. Warszawa: MPiPS.
- Nęcki, Z. (1996). *Komunikacja międzyludzka*. Kraków: Profesjonalna Szkoła Biznesu.
- Niewiadomski, Z. (2011). *Przepisy ogólne, art. 1*. W: R. Hauser, & Z. Niewiadomski (red.), *Ustawa o samorządzie gminnym. Komentarz z odniesieniami do ustaw o samorządzie powiatowym i samorządzie województwa*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Ociepka, B. (1999). *Komunikacja w administracji publicznej*. W: A. Ferens, & I. Macek (red.), *Administracja i polityka. Wprowadzenie*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
-

Olejniczak-Szałowska, E. (2000). Zadania własne i zlecone samorządu terytorialnego. *Samorząd Terytorialny*, 12: 3–13.

*Podforum Polityka społeczna*. <https://pks.katowice.eu/default.aspx?g=topics&f=19> (12.02.2017).

Sakowicz, M. (2006). *Zarządzanie informacją w gminie – podejście strategiczne czy marketingowe?* W: S. Michałowski, & W. Mich (red.), *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją-public relations-promocja jednostek samorządu terytorialnego*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Serafin, K. (2013). Skuteczna komunikacja w podmiotach administracji publicznej. *Zeszyty Naukowe Studia Ekonomiczne*, 141 (Governance – korporacje, instytucje publiczne, sieci):136–151.

*Sprawozdania*, <https://www.katowice.eu/urząd-miasta/rodzina-i-zdrowie/nas-troje-i-wi%C4%99cej> (7.02.2017).

Stahl, M. (1992). Samorząd terytorialny a państwo. *Studia Prawno-Ekonomiczne*, 46.

Szadok-Bratuń, A., & Bratuń, M. (2012). *O potrzebie wizerunku i jego elementach*. W: M. Tabernacka, & A. Szadok-Bratuń (red.), *Public relations w sferze publicznej. Wizerunek i komunikacja*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Szostok, P., & Rajczyk, R. (2013). *Komunikowanie lokalne w Polsce. O instrumentach polityki komunikacyjnej samorządów*. Katowice: Wydawnictwo Gnome.

Tekst jedn. Dz. U. z 2014 r. poz. 1118 z późn. zm. Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Tekst jedn. Dz. U. z 2015 r. poz. 2058 z późn. zm. Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej.

Trzciński, W., & Wiciak, I. (2011). *Skuteczne komunikowanie w administracji publicznej*. Szczepno: Wyższa Szkoła Policji.

Uchwała nr LXV/1306/10 Rady Miasta Katowice z dnia 27 września 2010 r. w sprawie wprowadzenia na terenie miasta Katowice programu „Nas troje i więcej”.

Zasepa, B. (2014). *Karty rodzin wielodzietnych jako przykład społecznej odpowiedzialności biznesu w obszarze polityki rodzinnej*. W: L. Karczewski, H. Kretek (red.), *Kulturowe, społeczne i etyczne uwarunkowania biznesu, gospodarki i zarządzania*, Opole: Wydawnictwo Politechniki Opolskiej.